

STRATEGI DIGITAL MARKETING BERBASIS MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN TAMAN WISATA LEBAH CIBUBUR

ANGGI CHAIRUNISA



**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul **“Strategi Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Kunjungan Taman Wisata Lebah Cibubur”** adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulisan saya kepada Institut Pertanian Bogor

Bogor, Juli 2026

Anggi Chairunisa
J0402221119



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ANGGI CHAIRUNISA. Strategi Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Kunjungan Taman Wisata Lebah Cibubur. Dibimbing oleh **Teguh Jati Purnama.**

Taman Wisata Lebah Cibubur adalah destinasi wisata edukasi yang menawarkan aktivitas pembelajaran tentang lebah, produksi madu, *bee theater*, dan terapi sengat lebah. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya kunjungan pada hari *Weekday*. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi dan motivasi wisatawan, mengidentifikasi faktor internal-eksternal, serta merumuskan strategi *digital marketing* berbasis media sosial. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner kepada 100 responden, kemudian dianalisis menggunakan skala Likert dan matriks IFAS-EFAS-SWOT. Hasil menunjukkan persepsi wisatawan berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi dengan motivasi utama berupa keinginan mempelajari kehidupan lebah dan memperoleh pengalaman edukatif baru. Skor IFAS 2,43 dan EFAS 2,89 menempatkan destinasi pada Kuadran II, sehingga strategi WO direkomendasikan melalui optimalisasi Instagram dan TikTok. Luaran penelitian berupa video promosi dan *flyer* digital.

Kata Kunci: Digital Marketing, IFAS-EFAS, Media Sosial, SWOT, Taman Wisata Lebah

ABSTRACT

ANGGI CHAIRUNISA. *Social Media-Based Digital Marketing Strategy to Increase Visitor Attendance at Cibubur Bee Tourism Park. Supervised by Teguh Jati Purnama.*

Cibubur Bee Tourism Park is an educational tourism destination offering activities related to bee life, honey production, bee theater, and bee sting therapy. The main issue is the low number of Weekday visits. This study aims to analyze tourist perceptions and motivations, identify internal and external factors, and formulate a social media-based digital marketing strategy. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires from 100 respondents, then analyzed using a Likert scale and IFAS-EFAS-SWOT matrices. Results indicate tourist perceptions are in the high to very high category, with primary motivations being learning about bees and gaining new educational experiences. IFAS and EFAS scores of 2.43 and 2.89 place the destination in Quadrant II, leading to a recommended WO strategy through optimizing Instagram and TikTok. Research outputs include a promotional video and digital flyer.

Keywords: Bee Tourism Park, Digital Marketing, IFAS-EFAS, Social Media, SWOT



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

RINGKASAN

ANGGI CHAIRUNISA. Strategi Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Kunjungan Taman Wisata Lebah Cibubur (*Social Media-Based Digital Marketing Strategy to Increase Visitor Attendance at Cibubur Bee Tourism Park*). Dibimbing oleh **Teguh Jati Purnama.**

Penelitian ini berjudul “Strategi Digital Marketing Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Kunjungan Taman Wisata Lebah Cibubur” ini membahas permasalahan sepiunya kunjungan pada hari *Weekday* di Taman Wisata Lebah yang berlokasi di Jakarta Timur. Destinasi ini menawarkan pengalaman unik berupa interaksi langsung dengan lebah, tayangan dokumenter di *bee theater*, taman bermain, kerajinan tangan, serta terapi sengat lebah yang menjadikannya berbeda dari destinasi wisata lainnya, meskipun sudah aktif di media sosial, pengelola belum memanfaatkannya secara optimal untuk menarik kunjungan di luar akhir pekan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui observasi, wawancara, kuesioner terhadap 100 responden, dan studi literatur. Data dianalisis menggunakan skala Likert, matriks IFAS-EFAS, serta analisis SWOT untuk menghasilkan rekomendasi strategi yang paling sesuai.

Pengunjung Taman Wisata Lebah didominasi oleh pelajar SD berusia 12–16 tahun yang datang dalam rombongan study tour. Persepsi wisatawan terhadap destinasi ini berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi, terutama pada aspek edukasi lebah, tayangan *bee theater*, kebersihan lingkungan, dan kemudahan akses. Motivasi kunjungan terbesar adalah ketertarikan mempelajari kehidupan lebah (54%) dan keinginan mendapatkan pengalaman baru melalui wisata edukatif. Analisis matriks IFAS menghasilkan skor 2,43 yang menunjukkan kelemahan internal lebih dominan dibandingkan kekuatan yang dimiliki, di mana kelemahan utama adalah sepiunya kunjungan *Weekday* dan belum adanya konten media sosial yang secara spesifik menasar segmen tersebut, sementara kekuatan utamanya adalah keunikan daya tarik edukasi lebah yang sulit ditemukan di destinasi lain.

Analisis matriks EFAS menghasilkan skor 2,89 yang menunjukkan peluang eksternal lebih besar dari ancaman, dengan peluang terbesar berupa belum optimalnya penggunaan TikTok dan besarnya potensi segmen keluarga serta individu untuk berkunjung pada hari *Weekday*, sedangkan ancaman utama berasal dari kompetitor yang memiliki tim digital marketing lebih berpengalaman serta tingginya ketergantungan pada kunjungan rombongan sekolah. Berdasarkan posisi koordinat di Kuadran II, strategi yang direkomendasikan adalah strategi WO (*Weakness-Opportunity*), yaitu meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ini diwujudkan melalui pengoptimalan TikTok dan Instagram dengan konten yang spesifik menampilkan keunggulan berkunjung pada hari *Weekday*. Luaran dari penelitian ini menghasilkan video promosi dan flyer digital yang informatif untuk diunggah di media sosial.

Kata kunci: Analisis SWOT, Digital Marketing, Kunjungan Wisatawan, Media Sosial, Taman Wisata Lebah



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB

STRATEGI DIGITAL MARKETING BERBASIS MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN TAMAN WISATA LEBAH CIBUBUR

ANGGI CHAIRUNISA

Laporan Proyek Akhir
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Ekowisata

**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Kania Sofiantina Rahayu, S.I.Kom., M.Par., M.T.H.M.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Laporan Akhir : Strategi Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Kunjungan Taman Wisata Lebah Cibubur
Nama : Anggi Chairunisa
NIM : J0402221119

Disetujui Oleh

Pembimbing:
Teguh Jati Purnama, S.Hut., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Kania Sofiantina Rahayu, S.I.Kom., M.Par., M.T.H.M.
NPI. 201807198501202001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian: 13 Juli 2026

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proyek Akhir dengan judul “Strategi digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Kunjungan Di Taman Wisata Lebah”. Laporan Proyek Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Ekowisata, dalam proses penyusunan laporan ini, penulis banyak mendapatkan dukungan dan bimbingan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga yang telah senantiasa mendoakan dan mendukung penulis baik secara moril maupun materil.
2. Bapak Teguh Jati Purnama, S.Hut., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan, masukan dan motivasi selama proses penyusunan Laporan Proyek Akhir ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Ekowisata yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan bantuan selama perkuliahan.
4. Pihak pengelola Taman Wisata Lebah Cibubur yang telah memberikan izin, informasi dan bantuannya selama waktu penelitian.
5. teman-teman Ekowisata 59 yang saling memberikan dukungan dan semangat satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa Laporan Proyek Akhir ini memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan strategi digital marketing, khususnya dalam meningkatkan kunjungan.

Bogor, Juli 2026

Anggi Chairunisa



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.6 Luaran	4
1.7 Kerangka Pikiran	4
II KONDISI UMUM	7
2.1 Letak dan luas kawasan	7
2.2 Sejarah kawasan	7
2.3 Kondisi fisik	8
2.4 Kondisi kepariwisataan sekitar	8
2.5 Aksesibilitas	8
III METODE	9
3.1 Waktu dan tempat	9
3.2 Alat Penelitian	9
3.3 Jenis Data	9
3.4 Metode Pengambilan Data	10
3.5 Analisis Data	11
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata	15
4.2 Kondisi Internal dan Eksternal	24
4.3 Strategi Digital Yang Digunakan	29
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	41
RIWAYAT HIDUP	43



DAFTAR TABEL

1	Alat Penelitian	9
2	Jenis Data	9
3	Skor Skala Likert	12
4	Karakteristik Wisatawan	18
5	Motivasi Internal	23
6	Motivasi Eksternal	24
7	Kondisi Internal	25
8	Kondisi Eksternal	25
9	Analisis SWOT	26
10	Strategi	27
11	Storyboard Video	30
12	Hasil Test Video	32

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Berpikir	5
2	Peta Kawasan	7
3	Design Thinking	13
4	Edukasi Lebah	15
5	Bee Theater	16
6	Taman Bermain	16
7	Kerajinan Tangan	17
8	Terapi Sengat Lebah	18
9	Grafik Keunikan	20
10	Grafik Kelangkaan	20
11	Grafik Keindahan	21
12	Grafik Seasonalitas	21
13	Grafik Sensitivitas	22
14	Grafik Aksesibilitas	22
15	Grafik Fungsi sosial	23
16	Flyer Digital	33

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi Pengisian Kuesioner	41
2	Dokumentasi Wawancara	41